



平成27年度ミッション・マネージメント部会 第2回研究会

Contents

- 2 **【論考・提言・実践報告】**「ミュージアム・マネジメントにおける来館者動態分析の活用」
……………鈴木 和博、鬼束 可奈子（株式会社乃村工藝社CC第二事業本部アカウント第二事業部企画開発部空間DMP準備室）
- 7 **【研究部会開催報告】**コミュニケーション・マネージメント研究部会 第1回研究会 開催報告
……………中村 隆（科学技術館）
- 13 **【研究部会開催報告】**平成27年度ミッション・マネージメント部会 第2回研究会「ミュージアムと著作権」開催レポート
……………庄内 雅子（国立科学博物館）
- 17 **【研究部会開催報告】**JMMAコレクション・マネージメント部会研究会
村橋 勝子「なぜ企業は自らの歴史を語るのか-社史研究の魅力」……………高橋 修（東京女子大学）
- 20 **【インフォメーション】**
JMMA第21回大会多様化する社会とミュージアム—人々とともにつくるミュージアムの文化的価値—、
文献寄贈のお知らせ、法人会員一覧

論考・提言・実践報告

「ミュージアム・マネジメントにおける来館者動態分析の活用」

鈴木 和博、鬼束 可奈子

(株式会社乃村工藝社CC第二事業本部アカウント第二事業部企画開発部空間DMP準備室)

1. はじめに

ミュージアムを取り巻く事業環境が日増しに厳しさを増している昨今、サービスの質を向上させることでミュージアムの価値を高めていく事が重要である。この質の向上のためには、来館者の満足度などのさまざまなデータを計測する必要があるわけだが、これまではアンケート調査など運営側・来館者側、双方に負担のある手法を活用するのが現状であった。しかしIoTなどの進展に伴い、運営・来館者側の負担が少なく、サービスの質を計測する方法としてICT (Information Communication Technology) を駆使したデジタル／センシング手法を活用する方法が、いま注目を集めている。中でも筆者は、2008年頃からミュージアムなどの実空間における利用動態データ等を定量的に取得・分析することで得られた知見を、空間デザインに活かす研究開発に取り組んできた。本稿では、昨年12月に行われた「平成27年度基盤研究 (S) 「知の循環型社会における対話型博物館生涯学習システムの構築に関する基礎的研究」」公開研究会で発表した『国内ミュージアムの先行事例からみる来館者流動把握調査の可能性』を基に、ミュージアム・マネジメントにおけるセンシング技術を活用した来館動態分析の有用性と課題について述べる。

2. 空間DMP事業について

弊社・乃村工藝社は、前段の通り2008年頃より、サービス生産性向上を目的とした空間力 (場チカラ) の可視化等の研究開発に取り組んできた。2014年には「空間DMP(※)事業 (準備) 室」を立ち上げ、ビッグデータと実空間を結び付けた新しい価値創造の実現を目指し、慶應義塾大学や日立製作所等の外部組織とも連携した研究・開発・実証を行う専門チームとして、日々活動を続けている。このチームが主体となり、ミュージアムだけでなく展示会や店舗などのリアル施設を対象とした空間創造の効果を定量化する試みを進めており、本稿で紹介する事例も、そうした取り組みの中で、実証的に実現した事例となっている。

※DMPとは、「データ・マネジメント・プラットフォーム (Data Management Platform) の略であり、インターネット／Webサービスの領域ではもはや当たり前技術手法の一つとして定着している。(ECサービス:アマゾンのリコメンド等も、こうしたDMPサービスの一つである。)

3. 来館者データの取得方法とその種類

まずはこれまでの来館者データの取得方法とその種類について整理しておきたい。(図1)

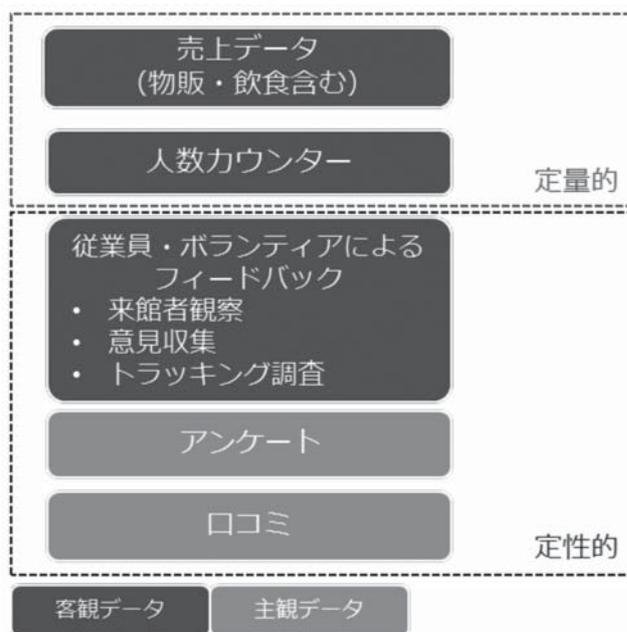


図1

ミュージアムで自動的に取得・蓄積される定量的データとしては、入館チケットの販売データやCafe/レストランやミュージアムショップ等の館内ショップの売上データ (POSデータ)、そしてエントランス等での人数カウンターによる来館者数等があるが、こうしたデータのみからは、来館者の行動や所感を知る事は困難である。そこで現状では、従業員スタッフ (ボランティア含む) による直接的な来館者行動に関するフィードバックコメントや、来館者アンケート調査等により取得される定性的データなどから来館者の動態を知る取り組みが一般的となっている。最近では、インターネット上のSNSなどで取り交わされるユーザーの口コミなどからも、来館者の特性及び傾向を分析し、ミュージアム運営に活用することも増加している。

こうした定量的データと定性的データを組み合わせ、より良いミュージアム・マネジメントに活かしていくことが重要だが、現状の課題も多い。特に、定性的データは継続的なデータ蓄積が難しい上に、来館者の任意による回答等もあり、どうしても得ることができるデータ数が少ない。中でも一般的な調査手法である質問紙型アンケート手法は、運営側のコスト負担及び実施負担が大きいことに加えて、来館者側にも時間的・精神的負担を強いることとなり、頻繁に実

施する事が困難であるという現状がある。

ミュージアム運営における経営資源が限られている現状を踏まえると、少ない経営資源でも効率的に来館者の行動や特性など定性的データを収集・分析できるようなソリューションが普及することが、今後非常に重要と考えられる。次に紹介するようなデジタル／センサリング技術であれば、館側ならびに来館者側への負担を極力少なくし、且つ大量なデータの継続的な収集及び蓄積が可能となる。更には、来館者の無意識化の行動を検知可能なセンサリング技術もあり、アンケートのように来館者に余計なバイアスをかけてしまう心配がないメリットも挙げられる。(図2)

<デジタルセンサリング技術の特徴>

- ・ 大量なデータを収集可能
- ・ 継続的なデータ蓄積が可能
- ・ リアルタイム性の確保
- ・ 時間/空間との紐付(連動)が可能
- ・ 施設側ならびに来館者側の負担が少ない
- ・ 来館者の無意識化での測定が可能
(バイアスがかけられない)
- ・ 蓄積されたデータから、予測
(シミュレーション)などが可能

図2

では、デジタル／センサリング技術にはどのようなものがあるのか簡単に説明しておく。来館者データをその特性に合わせて、大きく3つに分類したものが、図3である。

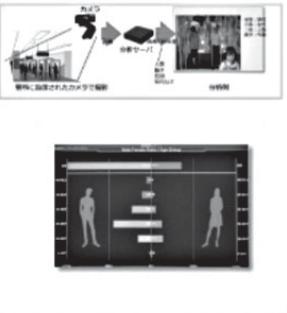
まず「属性を測る」技術としては、カメラ型センサを用

いたものがある。カメラ画像を通じて、顔の骨格などの情報から、性別や年齢などの来館者属性を測定する手法で、人数以外の情報を自動的に取得し来館者の傾向を把握することが可能である。

次に「コミュニケーションを測る」技術であるが、このところ職場環境や小売販売などのあらゆる分野で注目されている技術となっており、さまざまなIT企業等がコミュニケーション測定的手法・道具(ツール)を研究開発中である。特に日立製作所は名札型カードセンサによるコミュニケーションの質を定量化する手法(「ビジネス顕微鏡[®]」)を開発し、世界的な注目を得ている。この名札型センサを身に着けた人の体の揺れや波動などから、施設内のどこで対話が生まれているのか、人々のコミュニケーション状態が活性化しているのか、対話が成立しているのかどうか、などの質的要素を解析できるものであり、これまでのビデオ分析のようにコミュニケーションの内容そのものには全く触れることなく、対話の質を測ることができることに特徴がある。最新の研究結果では、こうしたコミュニケーションの質的データから、組織内の幸福度(ハピネス度)までが測定可能といった報告も挙げられている。更に、コミュニケーションの質的解析の大本命である脳の動きなどを測る脳波測定も、従来に比べて大変コンパクトに簡易的に実施可能となるツール(道具)が登場しており、この分野での飛躍的な品質向上が期待されている。

そして「人流を測る」技術として、施設内の人の流れや通行頻度、滞留状況(場所や時間)といった「来館者がどのように動いたのか」を把握する事ができる手法が挙

来館者データを取得するためのツール

<p style="text-align: center;">属性を測る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 性別 ・ 年齢層 ・ 人数 ・ 進行方向 <p style="text-align: right;">など</p> <p>◆カメラによる画像分析</p> 	<p style="text-align: center;">コミュニケーションを測る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニケーションの様子 ・ 個人の行動 ・ 人同士の繋がり ・ グループの形成 <p style="text-align: right;">など</p> <p>◆名札型行動センサ(ビジネス顕微鏡)</p>  <p>◆脳波測定</p> 	<p style="text-align: center;">人流を測る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人の流れ ・ 通行頻度 ・ 滞留箇所 ・ 人数 ・ 個人の行動 <p style="text-align: right;">など</p> <p>◆レーザーセンサ/ビーコン</p>  <p>◆カメラによる画像分析</p> 
---	--	--

詳細な来館者像を理解することができる

図3

げられる。これは、赤外線レーザーセンサもしくはカメラ型センサで人の流れそのものを計測する手法が、主な手法となっている。最近話題となっているWiFi / ビーコン技術なども人流を計測することが可能ではあるが、来館者側に個別の端末（スマートフォン等）が必要となるため、利用者側の負担が大きく、現状では一般的に利用することがまだ難しい手法となっている。これらの技術を用いると、例えば展示リニューアル前後での人流の変化を計測することで、リニューアル効果を算出・把握することができたり、展示空間の最適化に向けた課題抽出を客観的に検討することも可能となる。

以上、3つの測定技術分類を紹介したが、目的に合わせてこれらのツールを選択・組合せることが肝要であり、測定後のデータ活用を通じたミュージアム・マネジメントの質的向上に寄与することが最も重要であることは言うまでもない。

4. 事例：国立科学博物館における未就学児行動把握調査

2014年3月に、国立科学博物館において未就学児の団体及びお子連れがどのように見学しているのか、来館者の行動を把握するための調査が実施された。内容としては、行動センサリング調査（デジタル手法）と調査スタッフによるトラッキング調査（アナログ手法）を組み合わせた複合的調査であり、それぞれ文化環境研究所と日立製作所が調査受託し、実施した。

今回のセンサリング調査は我が国で初めて実施された調査であり、世界的にも先行事例となっており、大変貴重な実証事例であるといえる。

(1) 実施概要

調査実施期間：2014年3月13日（木）～
2014年3月15日（土）[3日間]

調査対象：

- ①団体グループ：幼稚園、保育園等の未就学児グループ（小学生、中学生グループも含む）
- ②個人客：子供連れ家族

回収サンプル数：38件（団体17組、個人21組）

(2) 調査手法

今回の調査では、来館者がどのように博物館内を見学しているのか行動を把握するために、2種類の行動センサリングの手法を用いた。（図4）

一つ目は、スマートフォンを用いたPDR（Pedestrian Dead Reckoning:歩行者自動測航法）という手法で、被験者に入口でスマートフォンを渡し、それを持って自由に館内見学してもらうだけで、館内動線を測定できる手法だ。これは、スマートフォンに内蔵されたジャイロセンサや加速度センサなどから得られる身体の傾きや向きなどの身体データと、科博内に設置された19台のWi-Fiアクセスポイントの位置や電波強度というデータを組み合わせることで、被験者の位置や人流の軌跡を測定することが出来る。

2つ目は、「ビジネス顕微鏡[®]」という名札型行動センサを用いたもので、被験者同士のコミュニケーションを質的に測定することが出来る。調査に協力してくれた親子連れに対し、親と子どもそれぞれに名札型行動センサを身に付けてもらうことで、被験者同士の会話の状況や休憩の様子を

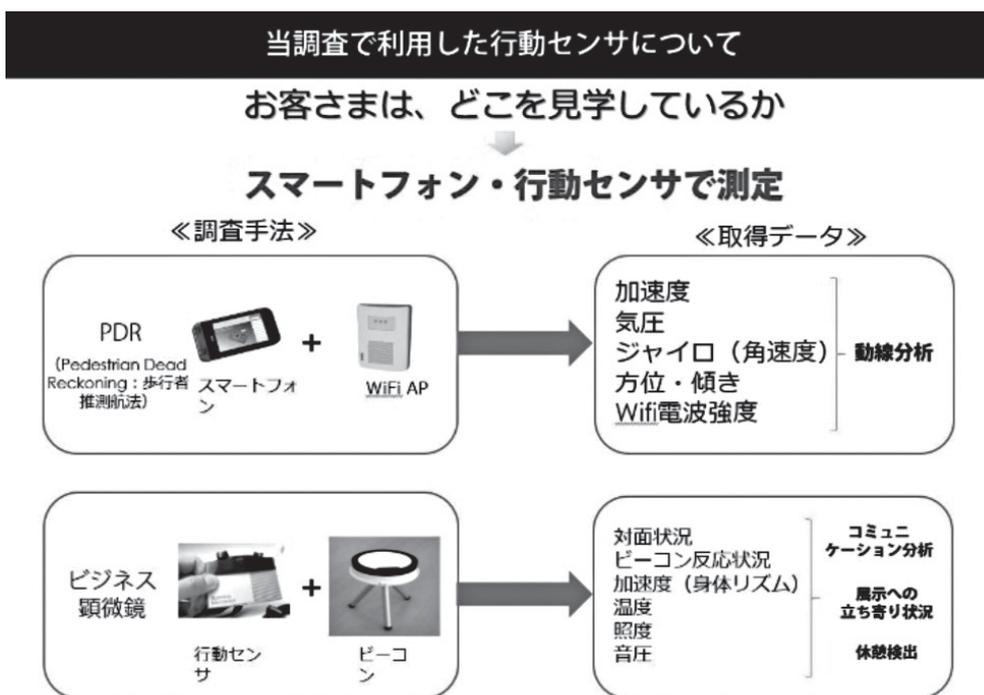


図4

検出することができ、更には館内の各所に別途設置した38台のビーコンとの通信反応による各種展示アイテムへの立ち寄り状況を把握する事が出来るものである。

※アナログ手法であるトラッキング調査は、こうしたセンサリング技術調査の精度等を検証するために行い、従来通りに調査スタッフが被験者を追跡し、館内行動の様子を逐一記録することも実施している。こうしたデジタル／アナログという2種類の行動分析手法を組み合わせ、複合的な分析を行っている。

なお、被験者に対しては、協力要請の冒頭に個人情報の取り扱いを含めた倫理的確認を全て行い、実施した。また館内見学の終了後、館出口付近で今回の調査実施に関わる「振り返りアンケート」も併せて実施した。

(3) 結果

下記に、今回調査で得られた知見の一部を紹介する。図5と図6はある子供連れ家族のセンサリング解析データで、施設内をどのように行動し、どのような会話がなされたか可視化されたものである。

図5は名札型行動センサで得られたデータを可視化したもので、親と子の会話が館内展示物のどの辺りで生じたかが把握できる。なお、上部の赤い波形はWi-Fi信号を活用して建物の階層（高さ）を推定したデータである。図の下部棒グラフは、母親・父親・子供それぞれの会話状況を示している。色の区分は会話の質をそれぞれ表しており、オレンジ色は会話を投げかけている状態（ピッチャー型）、黄

色は会話に対応している状態（キャッチャー型）であることから、この2色は互いに会話のキャッチボールを行っていることを示している。また、赤色は互いに積極的に呼応し合い、活発で双方向な会話状態であり、逆に青色は、会話が発生せずに立ち止まっている状態を示している。

これらの色区分から、このケースでは母親と子供が活発にコミュニケーションを取っている事が分かる。一方、父親はあまり会話に参加せず独自に展示見学しているという様子が垣間見える。そして、入口付近の「フーコーの振り子」での母親と子供の双方向な会話が生まれ、地下2階の天井から吊り下げられた巨大な海生爬虫類の骨格展示などのダイナミックな展示では、会話を誘発すると同時に、展示物に圧巻され集中して無言で立ち止まっている様子等が明らかになった。

図6は、被験者が館内をどのように移動したか、その動線軌跡と共に展示コーナーごとの滞在時間も併せて解析したものである。地下2階の展示物の中でも、巨大な海生爬虫類のダイナミックな骨格標本展示の滞在時間が394秒と最も長く、この展示アイテムの注目されている度合を把握することができた。同時に、展示エリア内の体験ルート及び立ち止まり場所・時間もデータ化され、空白な展示エリアや素通りされる展示等も明らかになった。

このように滞在時間を展示アイテム・コーナー毎に計測することが可能になることで、展示アイテム・コーナー毎の混雑度を把握できるだけでなく、これまで可視化することが難しかった「展示アイテム・コーナーの注目度（人気度）」な

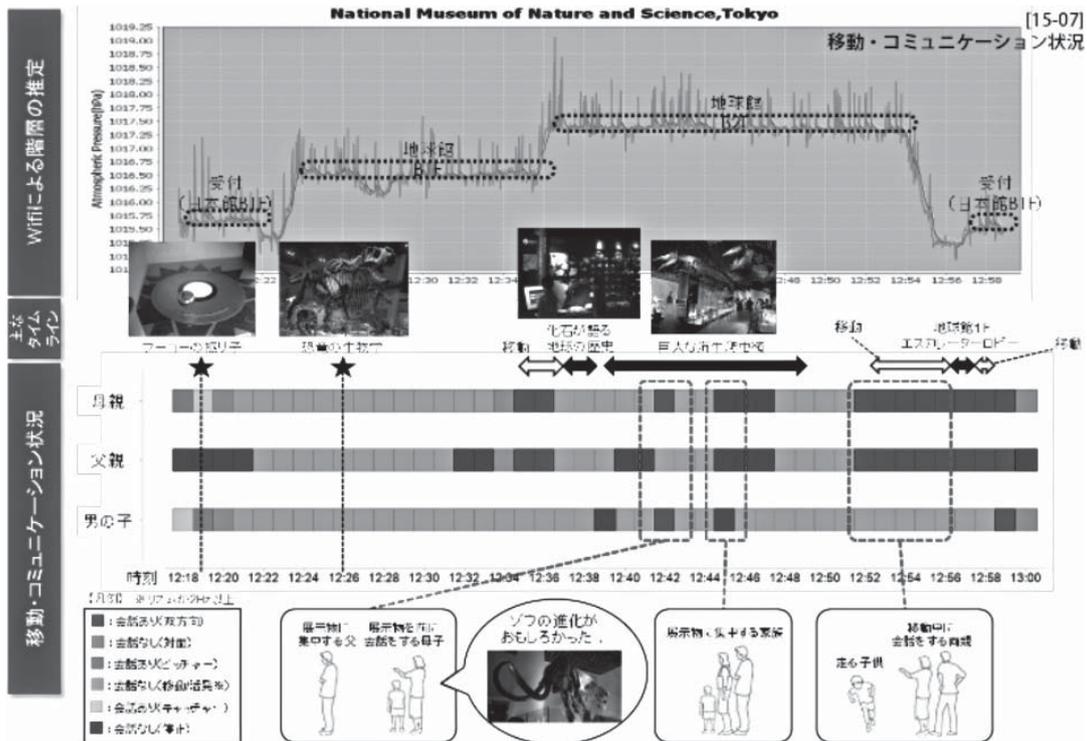


図5

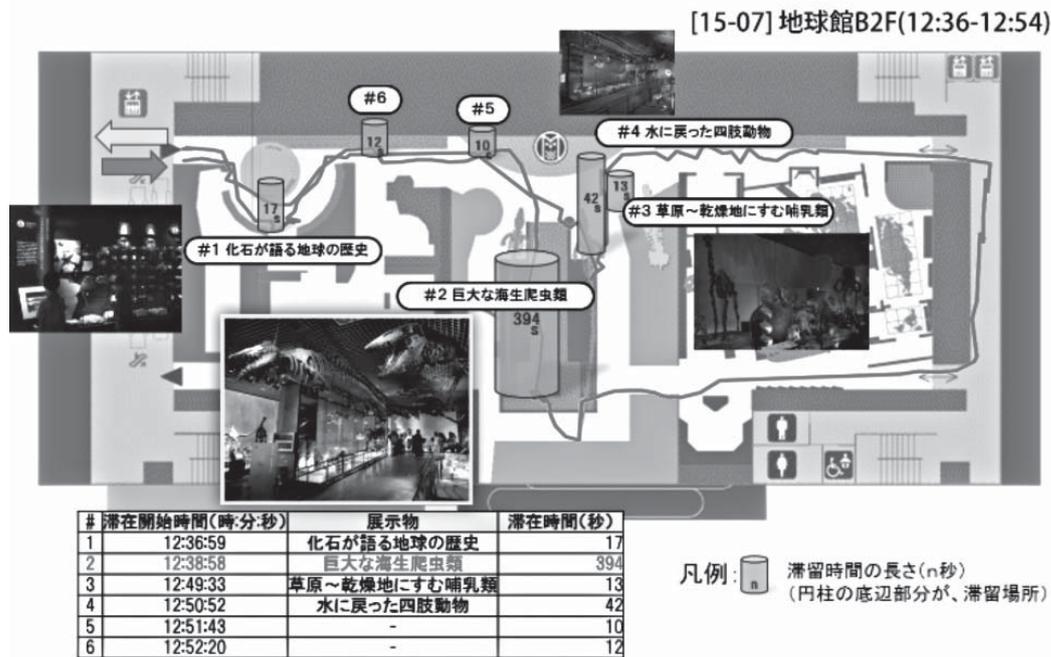


図6

などを数値化することも可能になると考えられる。

同時に実施したトラッキング調査でも、同様の記録データを得ることができたが、非常に調査スタッフの負担が大きく、また分析する労力も膨大となってしまった。来館者行動の細かな内容や意味については、館スタッフ等によるアナログ的調査が有用な場合も多くあるが、今後のデジタル技術の進化により、データ収集の負担を軽減させることは十分に可能であろうと思われる。この調査で得られた知見は、昨年7月の地球館リニューアルに際して、展示コンテンツ及び未就学児向けのプログラム等を検討するための有効なデータとして活用された。

5. ミュージアムの新たなミライ

最後にミュージアム・マネジメントに与えるインパクト、そして今後の展望について述べたい。

国立科学博物館の事例から分かるように、デジタル／センサリング技術の進展がミュージアム・マネジメントに与える特徴は、「これまで見るができなかった事象を、データとして可視化することができる」ということだろう。この「これまで見るができなかった事象」の一つには、「新たな粒度」という視点も欠かせない。来館者／利用者の流れを、個人から全体まで焦点を変えて、その塊＝粒度として認識し、それぞれの特徴を知ることができることは、ミュージアムと利用者との関係そのものを進化させ、新たな次元に誘うことが可能となるはずだ。

更に図2「デジタルセンサリング技術の特徴」にあるように、「集めて、溜めて、予測する」ことが可能となることは、現状維持に留まらず、改善をし続ける活動そのものを支える基盤機能としての役割を担うことにも繋がっていく。「安

全・安心の確保」や「コミュニケーションの活性化」、「来館者密度の平準化／人流コントロール」など、ミュージアムの更なる成長と進化を促す、ミライづくりへの羅針盤として、こうしたセンサリング技術を活用していくことが重要になる。

同時に、今後解決すべき課題を5つ挙げておく。

- ① プライバシーへの配慮と理解
- ② センサリングツールの常設化・経常化
- ③ 見える化（インターフェース）の高質化
- ④ DMP化＝データ統合・データ解析の高度化
- ⑤ 多様なミュージアムの参画・実践

こうした課題を解決しつつ、日本のミュージアムの現場にデータ発想型マネジメントが浸透していくことは、各館のサービスの向上・改善や経営力の強化に直結することはもちろんだが、ミュージアムと生活者との繋がり（関係性）を強化し、知の循環型社会の創出に寄与することとなるだろう。そして、最先端な技術基盤に支えられた新しいミュージアム経営のカタチは、国内のみならず、世界に対しても、ミュージアムの新たなミライへの第一歩となるだろう。

研究部会開催報告

コミュニケーション・マネジメント研究部会 第1回研究会 開催報告

中村 隆 (科学技術館)

テーマ：「子どもたちの学びの場をどう展開するか」

日 時：平成27年12月13日（日） 13:00～17:00

場 所：科学技術館

1. 研究会のテーマの趣旨と導入

(新 和宏 研究部会長 千葉県立中央博物館)

まず、本研究会は、“子どもたちの学び”をキーワードに博物館側と利用者側の両方の視点から、具体的な事例を素材として意見交換や議論することが趣旨であることが示された。

導入として、千葉県立中央博物館における実践事例が紹介された。中央博では、「『学び』の多様化」を実践の基盤としている。博物館の利活用で得られる多様な「学び」は、「見る」、「感じる」、「触れる」、「かかわる」を体験することにより、「発見する」、「感動する」という実体験が生み出した「忘れることのない記憶」につながる。また、「インタラクティブ・ミュージアム」として、学芸員と研究素材、学芸員同士、学芸員と来館者、来館者と資料など「モノ、人、組織」の新たなネットワーク事業を展開し、これも実践の基盤としている。これらを基盤とした、「中央博調査隊」や「おきにいい新聞」など展示室を活用した事例、「恐竜の骨格標本の復元過程の公開」といったリスクを恐れず挑戦した事例、来館者と博物館スタッフとの対話を重視した、企画展「妖怪と出会う夏in Chiba 2015」における「妖怪ノート」の事例をあげ、博物館側の思惑通りに進んだこと、少しずれてしまったことなどが紹介された。この3つの事例を導入として、「子どもたちの学びの場」について、博物館側と利用者側の両者から具体的な事例をあげて議論しながら検証していくこととした。

2. 博物館側の視点と実践報告

① 博学連携の推進について

(一場 郁夫 千葉県立中央博物館)

博学連携の本来のねらいは、博物館と学校との双方向性のある情報交換による両者の教育レベルの質的向上にある。また、博学連携により学校側は、教員の指導力の向上、子どもの学習力の向上につながり、博物館側は、学校教育の現状を把握し、展示との関連性を認識することで学校対応の向上へとつながる。それは、さらに学校教育における博物館の利活用能力の向上につながり、ひいて

は、生涯学習社会への対応（市民による主体的な博物館利用）へと発展していく。生涯学習において博物館が「学び」のツールとして位置づけられることが望まれる。学校も博物館も生涯学習社会への対応を意識しなくては、連携は成功しないのではと思われる。では、実質的な博学連携の推進方法はどのようなものなのか。中央博の事例が紹介された。

中央博では、展示分析表を作成し、展示資料と教科書の学習内容との対応を分析した。この分析表をもとに教員も学芸員も展示室で授業ができることを目指し、最終的に「先生のための中央博物館活用ガイド」を作成した。また、学習対応のための展示改善の例として、対象学年、対応教科・単元などを示した学習サポートパネルを設置し、短い滞在時間の中で多くの展示資料から効率よく調べ学習ができるようにすることが求められる。



このような受入体制を整備したうえで、博物館学習を展開していく。博物館学習とは、教科書の学習内容と博物館

の展示資料とに関連性を持たせ、展示資料を使った実感を伴う効果的な学習と考える。その事例として、教員と学芸員の協働作成による学習プログラムについて紹介された。

プログラムの協働作成にあたり、まず必ず教員に予察（下見）してもらおう。その際、博物館側は、学校側の要望に対する学習内容をコーディネートする。そのうえで該当分野の学芸員も加わり、展示室で必要な教材研究を行う。予察後、学校で事前学習を行ってもらい、子どもたちに問題意識を持たせ、当日来館したらすぐに行動に移れるようにする。展示室では学芸員が子どもたちのサポートをする。さらに学校で事後学習を行い、博物館学習の効果を図る。これを1セットとしている。

中央博では、教員に向けて「博物館利用研修会」と「博物館活用研究会」を行っている。研修会は、館の利用方法や展示資料の説明などであるが、ねらいとして、博物館側の博学連携に対する真剣度をアピールし、教員に受けとめてもらおうとしている。この研修会で関心を持った教員に、研究会へ参加していただくように促している。

研究会は、教員主体で行われる。例えば、ワークシートは博物館側が指導して作らせるのではなく、教員が自らテーマを決めて作っている。教材化にあたり教員は無料で自由に展示室を利用できる。場合によっては収蔵庫も活用できるようにしている。一方、博物館側も教員にアンケート調査などを依頼させてもらい、Give & Take の関係を作っている。

博学連携は、双方向性を持たせた事業でなくてはならない。そのための実質的な連携体制として“共同”から“協働”へと融合することが提案された。例えば、学芸員の研究成果の情報と教員の子どもの情報とを交換・共

有することで教育機能を向上させることができる。重要なのは、学芸員と教員との人間関係づくりであり、それが息の長い連携へとつながる。

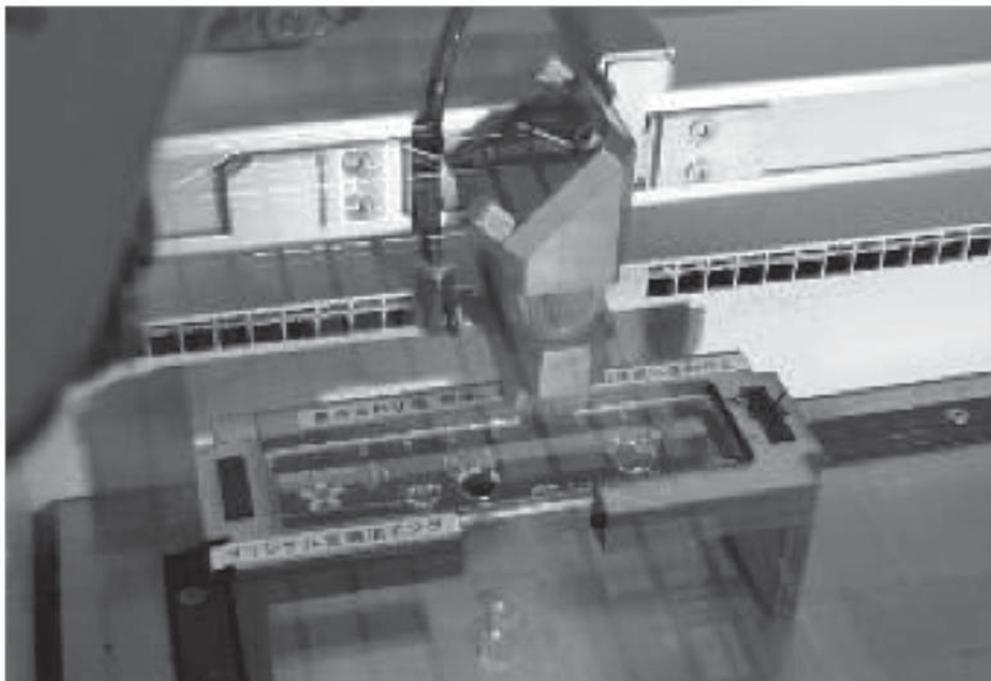
②「来館者の意識を探って」（中村 隆 科学技術館）

個人来館者の「学び」について、科学技術館の事例が紹介された。まず、科学技術館で毎年行っている来館者調査の結果から個人来館の子どもの意識について見る。

子どもの科学や技術に関する情報の入手先は「テレビ」が最も多いが、2番目に「科学館や博物館」、3番目に「学校」となっている。また、学校の理科の授業に対する意識は、理科の成績についての自信度は少し低いが、理科に対する興味はとても高いことが示されている。この意識が科学技術館を利用する要因かと思われたが、主な来館目的は、「おもしろそうだから」と言う理由が最も多く、次いで「科学技術に関心があるから」で、「具体的に調べたいことがあるから」に至ってはわずかでしかない。また、科学技術館の効果として、見学前後の科学技術に対する関心度の変化を調べたが、男女とも大きな効果が見られている。ただし、もともと関心がある子どもには大きな効果があるが、そうでない子どもには効果が少ないという結果も出ており、科学技術館の「学び」における課題となっている。

では、来館者が求めているものは何か。来館者調査の結果や普段の運営の中で感じているのは、「体験したい」、「何かを持ち帰りたい」ということである。

科学技術館でオリジナルの工作キットを開発して販売した。当然、買ったその場で作りたい子どももいると思いテーブルを用意したところ、ほぼ全員がその場で作っていった。このようなことを契機に、最近では工作教室のプログラムを



増やしている。例えば、PCを使って自分でデザインし、レーザー加工機でそのデザインを彫刻した定規をつくるなど、自分で考えて作り、そして持ち帰るプログラムを実施している。

また、来館者は、知識だけでなく技能を習得し、その成果を持ち帰ることも求めていると感じる。来館者は、はじめはそれを意識していなくても結果的にそうなることで、大きなプラスと感じていると思われる。科学技術館の事例だけでは判断できないが、「体験」と「持ち帰り」は「学び」の場としての科学館の重要な要素になっていると考える。

3. 利用者の視点と事例報告、及び、要望等

①「小学校の理科指導における博物館との協働」

(須澤 宏之 千葉県袖ヶ浦市立昭和小学校)

博物館との協働について、まず、社会科の事例として、千葉県立中央博物館で行った4年生対象の「千葉県の発展につくした人々」というプログラムについて紹介された。学校からいろいろとリクエストをしたら、副読本に名前が載っている程度の人についての資料をそろえてもらった。子どもも自分の地域のことであるので、学習意欲が高まり帰ったら調べてみたいということになった。

次に、理科の事例として自然観察会について紹介された。学校のすぐ向かいに県の天然記念物である「坂戸神社の森」がある。近くにあるのに、子どもも教員も普段はまず踏み入れない。しかし、自然観察会として中央博の学芸員から専門的な説明を受けると、見向きもしなかった森に対して、子どもたちの意識が変わった。専門家が高いレベルのことを噛み砕いて説明してくれることで、新鮮な切り口を与えてくれて、これも発見であると感じ調べる意欲を持つようになったのである。これは教員には難しいところである。

理科の実践について、学習の前後での子どもの意識の変化について調べてみた。学習後に、学習問題に対する結果をまとめてみようと言うと、嫌がることが多い。どうもちゃんとした答えだけを書きたいと思う子どもが多いようである。しかし、学芸員に教えてもらうことで、些細なことでも実は発見であることを知り、見つける楽しさを味わうことで、自信を持ってまとめを書くようになった。学ぶことが楽しいということが得られたがゆえに、子どもの勉強する意欲が向上し、ひいては学力の向上につながる。また、子どもたちが生き生きとすることによって、保護者からも信頼を得られ、結果的に学校現場自体も質が高まることとなる。

これらが、博物館との協働事業の効果の例であるが、課題もある。例えば、学校での生活が長い教員は、時として自分の基準で、学校で教えられることは学芸員にも教えられられると思ってしまうことがある。よって、外部の講師に依頼するときは、綿密な計画を立てて、何度も打ち合わせをしないと学習の意図をつかんでもらうことができなくなってしまう。この他にも当日の運営スケジュールや時間管理についての課題、さらに予算の確保や人事異動による担当者変更の課題などもある。博物館との協働事業については、内容以外にもいろいろと検討しなくてはならない。

②「小学校現場でいかに博物館を活用するか」

(田中 永和 千葉県君津市立八重原小学校)

君津市理科研究部会による「君津夏休みサイエンスチャレンジ講座」は、子どもたちの科学論文作成支援を行う。夏休みの3日間を使って実施されるが、1日目は7月下旬に実施し、論文の書き方の概要説明や、話し合いをしながら研究テーマ決めをする。2日目は8月上旬に実施し、立てた研





究計画をもとに、どこまで進めたかを確認して、教員や学芸員などを交えて相談会を行う。3日目は、研究してきたことをまとめるにはどうしたらよいかを話し合う。ここで学芸員に協力してもらえると、専門的なアドバイスがもらえる。いろいろなレベルの子が参加し、中には専門的な視点で大作を書く子がいるが、そのような子に対して学芸員からのアドバイスは大きな力となる。また、学芸員が参加すると、その場で博物館の活用法について具体的な話が聞けることも大きい。多くは保護者も一緒に来ているので、博物館の活用のイメージが保護者にも伝えられ、博物館利用を促すことができる。

また、学校の校庭を使った「植物観察会」を行っているが、今年は学芸員から数十枚からなる野草カードを1セットずつ学校に配布してもらった。子どもたちは、このカードを持って校庭内でいろいろな植物を探し出していく。ただ、学校のものとして1セットというのは時に課題が生じる。例えば、活用法がわからない教員の場合は、子どもたちうまく活用できなくなってしまう。そうであれば、むしろ活用できる教員個人が扱った方がよいと感じる。場合によっては学校ではなく個人がネタを持つことも大事であると思う。

以上のように、見学会や観察会などで学芸員に協力してもらうことで、子どもにも教員にも大きな効果がある。しかし、近年、安全面や財政面により行事削減が進められてしまっている。地層見学会も以前赴任していた学校で良い効果が得られたので、新しい学校の子どもたちにもぜひ見せてあげたいと提案したが、なかなか難航し、最後は校長の配慮でなんとか実施できた。このような課題はあるが、なるべく見学会などを開催し、学芸員に協力してもらいたい。それが子どもたちにとっては新鮮な体験となり学習効果の向上につながると感じている。

4. 子どもたちの学びの場を展開する際の課題提起、議論

まず、新研究部会長より課題として、「博物館の役割、利用者側の役割について、学びの主体はどちらか」を考えること、「博物館側の課題、利用者側の課題を抽出し、現状を共有すること」、そして、「学びは誰のために展開しているか」の3つが提起された。

議論の前に背景や現状について確認された。博物館と学校教育を取り巻く社会情勢として、国のいろいろな方策や方針が示されているが、共通に提起されていることは、博物館は館種を超えたネットワークを構築し、「市民の知」を全面的に支援すること、利用者は博物館を活用して、多様な学習形態を構築することである。しかし、現在の両者の関係の大半が、博物館側の学習支援であり、本来の博学連携とはいえない状況にある。本来の博学連携は関係者全体にメリットがあることが前提である。Win・Winではなく、Total Winでなくてはならない。

博学連携の課題として、博物館側の課題、学校側の課題、社会全体の課題などがあげられるが、国や社会のためでなく、子どもたちのための教育を第一義に考えたシステムの構築が重要である。そこで、博物館側が考えるべきこととして、まず「モノと対話できる博物館」が提言された。博物館の情報提供は、きっかけづくりと、気づき、考えるためのアドバイスで良く、すべてを教えてしまうとわかった気になってしまい、そこで終わってしまう。自分で気づき、考えるということが必要である。

また、「講座、観察会、ものづくり等で重要なのはその背景である」ことが提言された。「何のためにやるのか」を、もう一度見直す必要があり、そして学芸員に関わることにいかに重要であるかを、事例を紹介しながら示された。

一方、利用者側が考えなくてはならないこととして、「学びの主体が利用者側であるべき」ということが提言された。

博物館側は学習プログラムを充実させようとするが、それが返って利用者側が便乗してしまう傾向を助長することにつながる。教員がやりたいことは博物館のプログラムではカバーできない。教員がやりたいことは博物館を活用しながらゼロから作り上げるべきである。

これらの提言をもとに、以下のような議論が展開された。

一場

博物館内において学校対応のベクトルが違うことがある。子どもの学習力や教員の指導力の質的向上を目指しているが、入館者数等の利用実績を重視した量的向上にベクトルが向いている。

新

博物館は、事業の収支も見据えなくてはならない。事業費だけでなく人件費なども考慮し収支をとらえる必要があるが、学芸員によって意識に温度差がある。

中村

収益を考慮して学校利用を増やしたいと思っているが、活用法を教員に直接的に行うことは、実際にはどれくらい効果があるのか知りたい。

須澤

博物館利用については3年生くらいからいろいろな教科書で出てくる。博物館の情報を知っていれば、例えば、「教科書に出てくるこの人の作品が見られるよ」など具体的なものを示して博物館へ行くことを促すことができる。

新

活用法をわかっている教員ではなく、一般の教員はどこまで情報を与えられているのか。基本的には学校からアプローチが望ましい。しかし、博物館側の問題でプロセスを踏みにくい場合もあると思う。館のホームページで研究分野や学芸員の情報などを載せている場合が多いが、そのような情報は活用しにくいのだろうか。

須澤

博物館に自分からアクセスをした経験がある教員が少ないのではと思う。ホームページを見たら、いつでも電話してくださいと書かれているが、まわりにそれをやった先輩が少ない。しかし、実際は電話すると丁寧に答えてくれるので、一回アクセスした人は意識が変わる。若い教員は、初任研修などで、博物館利用の企画を立てて実践してみれば、その後も利用が進むかもしれない。

新

ある調査によると、一番博物館に来るのが少ない層は、高校生と大学生となっているが、これはなぜだろうか。

参加者（大学生）

一般に、博物館は静かに見るというイメージがあり、また、特別展は入館料なども考えると、友達と遊びに行くというときの対象になりにくい。もちろん学習に使いたいという気持ちもある。

新

学校利用において大きな課題と感じていることがある。例えば、6年生での地層見学を、4年生の担当教員が活用したいと思ったときに自分で計画を立てて行くことができるのだろうか。また、授業の内容と関連がある特別展が後日行われる場合、授業では終わっているが見学に行くことができるのだろうか。つまり、学年や学習時期を超えて校外学習ができるのかという点である。

須澤

教育課程と館のイベントのマッチングはなかなか難しい。館の方も毎年同じイベントをやるわけではない。前年度に情報をもらえれば、カリキュラムを変えられる可能性はある。ただし、社会については進み方があるので対応が難しい。

一場

早めに情報提供することは重要だが、教育課程の大きな計画は2月末には決まる。よって、1月には固まった情報が必要である。中央博でも早めるようにしている。

新

中央博では、これまで3月にチラシを作って配布していたが、今年度は1月末には作りあげて考えている。そのためには12月中に来年度のイベントをフィックスしなくてはならない。これは印刷などの作業工程も考えるとハードルが高い。しかし、学校利用がミッションであればやるべきである。博物館の改善のステップとなる。

新

修学旅行や校外学習の場所の選定は教員の間で議論されるのか。修学旅行の行き先をゼロから構築できないのだろうか。

田中

千葉県房総地区の修学旅行は箱根がスタンダードとなっている。ただ今年度は火山の関係でゼロからのスタートとなった。そういうことがない限りは前年度にならう。

須澤

行き先を変えることで「うちの子は来年度そこに行くことを楽しみにしていたのに」などと保護者から声があがることもあり、若手などは変えることを恐れてしまうこともある。ただ、子どもたちの発想で、ここに行きたいという声があれば、変えられる可能性はある。教員のモチベーションや校長の理解などトータルで計画できれば可能性はあると思う。

参加者（大学教員）

全く違う視点からであるが、大学の入試改革が行われれば、博物館利用に変化が現れるのではと考える。これからはAO入試のような形態になり、中学や高校での活動が考慮され、博物館活動に参加していたことも評価のひとつになりうる。

参加者（展示企画者）

学校が博物館を活用したときに、子どもの反応を見て効果を実感したことはあるか。また、学校側からの展示への要望を知りたい。

田中

学芸員に来てもらうだけでも子どもたちの反応は変わる。1日中顔を合わせている教員ではなく新しい人が説明することは大きい。また博物館に行くように促すには、やはり学芸員が生の声で館の説明をしたほうが、効果がある。

展示については、いろいろなおもしろい手法があるが、歴史系の場合は難しい。3年生が郷土について学ぶとき、展示の説明は大事なキーワードを与えるだけでも違うと思う。

須澤

少し勉強が苦手な子どもが博物館で質問し、学芸員から「発想がすごいね」などと言われると、自分の考えに自信が持て、もっと頑張りたいと思うようになったりする。

展示については、できる限り資料を触らせてもらいたい。特別支援系の学校では、特に触ることの効果は大きいと思う。実感を得られるものがあれば、子どもの学習効果も上がり、保護者も連れていきたいと思うのではないだろうか。

新

千葉県立の全博物館で学校のあらゆる科目の全出版社の教科書を読んだ。自分の専門分野に関わることが、どの学年のどの科目のどの単元に出てくるかを調べ、展示にキーワードを設けようと試みたことがある。残念ながら実現できなかったが、展示制作者も利用者も合わせて議論しても良いと思う。

子どもたちの学びの場についての議論に答えはないであろうが、今回のように博物館、学校、利用者で議論することで、最終的には日本の教育という面から考えるきっかけになればと思う。

（敬称略）



研究部会開催報告

平成27年度ミッション・マネージメント部会 第2回研究会 「ミュージアムと著作権」 開催レポート 庄中 雅子 (国立科学博物館)

ミッション・マネージメント部会平成27年度第2回研究会は、国立国際美術館にて以下の通り開催された。

テーマ：ミュージアムと著作権

日時：平成28年1月31日（日）13:00～17:00

場所：国立国際美術館 B1階講堂

主催：JMMA ミッション・マネージメント部会

共催：国立国際美術館／JMMA近畿支部会／
科学研究費補助金基盤S「知の循環型社会における対話型博物館生涯学習システムの構築に関する基礎的研究」（課題番号24220013）
（代表：小川義和）（以下「基盤S」と表記）

参加者：34名

プログラム：

開催の主旨	黒岩 啓子氏 (Learning Innovation Network 代表・ ミッション・マネージメント部会長)
開催の挨拶	藤吉 祐子氏 (国立国際美術館主任研究員)
教育普及事業と 著作権	大月 ヒロ子氏 (IDEA,INC. 代表取締役)
ミュージアム運営のための 著作権の基礎と課題 ～デジタルアーカイブに 取り組むために～	坂井 知志氏 (常磐大学 コミュニティ 振興学部教授)
休憩	
討議・まとめ	布谷 知夫氏 (三重県総合博物館館長・ミッション・ マネージメント部会幹事)
閉会の挨拶	井上 敏氏 (桃山学院大学准教授・近畿支部会長)

◆開催の主旨（黒岩啓子氏）

職務著作権についての職員に対する意識付けがなされているミュージアムは少なく、ミュージアムは情報化社会が直面している課題と十分に向き合っていない。

例えば職員が企画・開発したワークショップ・学習活動の情報等をオンライン上で共有化する場合、著作権等について適切な権利処理をすることが課題となっている。

著作権といっても、版權問題、絵画の借用は博物館で

はなじみのある分野であろうが、ワークショップやプログラム、ツール、デジタルデータ関係などの新しい分野が、ミュージアムとは切り離せないものになっている。これらに関する著作権と権利処理についてもお話をいただく。

◆開会の挨拶（藤吉祐子氏）

ミュージアムに関連した著作権に関する話は多岐に渡る。複製に関して、教育普及の印刷物に関して、インターン等のスタッフによる制作物に関して等、厳密に処理しきれていない例が多いのではないかと。本日のお話を拝聴し、今後の美術館活動に生かしていきたい。

◆教育普及事業と著作権（大月ヒロ子氏）

●実践の中での著作権問題

著作権の取り扱い方に関して、ワークショップでのトラブル例を紹介した。一部を挙げる。

- ・アーティストと教員、生徒たちが共同で作詞作曲したが、できた作品をテレビ放映した場合、著作権使用料が発生する。それを誰に渡したらよいかという問題が起こった事例。
- ・学校現場は非常に著作権への理解や作者に対するリスクが弱い世界といわれる。他者の著作物を、出典明示なしに積極的に授業に取り入れる教員もいる。

●ワークショップの著作権に関する考え方

ミュージアム、教育現場、それを取り巻く外の世界の方と一緒に仕事をしていると、さまざまな問題が発生することもある。そこを関係者の皆様がどう考えていらっしゃるか伺って、落としどころを見つけておき、何か問題が起きそうなら気軽にひとことかけあえるような良いコミュニティを作れるとよいのではないかと。

書籍『こどものためのワークショップ その知材はだれのもの?』（ワークショップ知財研究会編）は、仕事仲間と話して浮かび上がってきた著作権に関する問題について、法律の専門家も交えながら、シリーズの公開研究会を実施しその成果をまとめたものである。これからこのような仕事をしようと考えている学生さんや、実際にやっぴらっしゃる方に手帳のような形として参考にしていただきたい。

セゾン美術館におけるグッゲンハイム美術館の巡回展、

大阪府立大型児童館ビッグバンや、YKKインドネシア・ベトナム工場でのワークショップでは、開発したキットに関する権利の契約書は取り交わしていないが、今のところはトラブルが起こっていない。株式会社CSKホールディングスでは社外法律専門家に指導を受けて契約書作成のためのキットも作っていた。東京芸術大学・東京都美術館とのコラボレーションである「ミュージアムスタートあいうえの」では、クリエイティブリユース®（商標登録第5676489号）の考えに基づいて、権利意思表示システムであるクリエイティブ・commonsのマークを付すこととしている。

権利に関してトラブルが起こるとすれば、それは仕事相手に対するリスクが失われたときではないか。

◆ミュージアム運営のための著作権の基礎と課題 ～デジタルアーカイブに取り組むために～（坂井知志氏）

●ミュージアムにおける権利関係の注意点

ミュージアムの展示・教育活動に関する権利の問題は、著作権だけで解決するものではない。個人情報など、ほかのことも合わせて考えないと解決できないと考えたほうがよい。私が手がけた東日本大震災アーカイブ宮城の5万件の権利処理の際は、子どもたちの写真はすべて顔にマスクをかけるなど、単にアーカイブを作るだけにとどまらず、個人情報保護や肖像権などさまざまなことにした。

博物館よりも学校のほうがこの点は意識が高い。例えば、学校で撮影された写真の公開には、ベドファイル（小児性愛者）の問題もあるので、子どもの顔を出さないようにしている。たしかに民法上問題なくとも、写真の公開に保護者

の許可をとっている博物館がどれほどあるだろうか。館がテレビ局に館内撮影許可を出したからといって、館にいる子どもの撮影まで許可するわけではない。

●ミュージアムでの権利処理のポイント

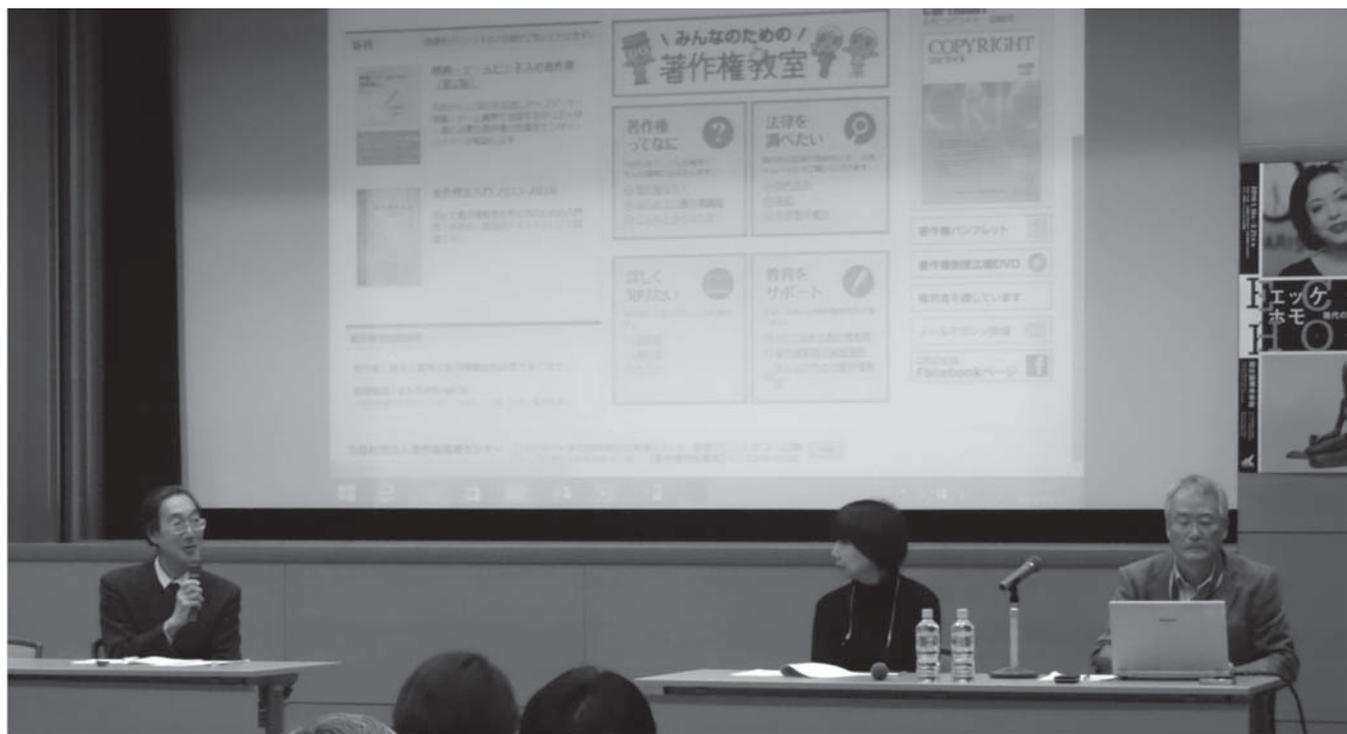
法律に関する知識は、毎年法改正に合わせて更新される文化庁の『著作権テキスト』、「5分でできる著作権教育」（<http://chosakuken.jp/>）で得るとよい。また、CRIC（公益社団法人著作権情報センター）で毎年法改正情報も出る。より詳しい知識を得たい場合は、『詳解著作権法』（作花文雄著）は名著である。

権利をもつ人に権利使用の許諾を得る作業を権利処理と呼ぶ。権利処理を円滑にするための契約書作成ツールとして、文化庁の「著作権契約書作成支援システム」（<http://chosakuken.bunka.go.jp/chosakuken/c-system/index.asp>）が挙げられる。

アメリカ発の著作物意志表示システムのクリエイティブ・commonsは国際スタンダードになりつつあるが、パブリシティ権、肖像権、人格権などには対応していないので注意しなければならない。

展示物や配布物等の記述で引用を行っている場合、必ず①何を出典としているか明記し（出所の明示）、②どこからどこまでが引用の範囲が分かるようにし（明瞭区分性）、③引用部分を必ず本論よりも小さなウェイトにする（主従の関係）、の3点に注意すること。

また、著作物を編集して使いたいと思ったら、人格権（注：著作権のうち二次的著作物に関する権利（27条および28条に規定））を行使しないという内容で契約を行う必



左から 布谷氏、大月氏、坂井氏

要がある。

著作権法をはじめとする法律に背かなくても、関係者がいやな思いをしそうな場合は、その方にひとこと断っておくことがトラブルを防ぐ近道である。

●ミュージアムは今後著作権とどう向き合うべきか

ミュージアムは本来クリエイターを保護する立場であり、本来はミュージアムからクリエイターに対価を支払うべきものと考えている。しかし、現在ミュージアムは権利団体に対価を支払う立場であるのが問題ではないか。

また、例えば少年院や病院の院内学級、老人ホームでの教育活動には、著作権法35条で学校や社会教育施設に認められている著作物の複製が許されていない。さらに、権利団体からは、できれば35条の特例は義務教育だけにとどめてほしいという声まで上がっている。

ミュージアムで音楽を流すとき、音楽使用料を支払わない場合は、使いたい部分のみ飛ばしとばしかけることはできない。適切に音楽を使用するためには、JASRACのサイトで音楽使用料を調べ、相当額を支払う必要がある。また、日本のダンス教室では、音楽使用料の不払いがあるとして、過去10年間にさかのぼって権利団体に支払いをすることとなった。ミュージアムも権利団体から訴えられる日がやってくるかもしれない。

現状の著作権法の有り方はミュージアムやクリエイターにとって本当によいものなのであろうか。また、ミュージアムはさまざまな人の著作物から成り立っているにもかかわらず、著作権の話は難しいからと避けてははいないだろうか。ミュージアム業界としても積極的に声を上げていく必要があるのではないか。

◆討議・まとめ

布谷知夫氏を進行役として、会場から大月氏、坂井氏への質問も受けた。議論の一部を紹介する。

質問1：

セゾン美術館の例のように、過去のイベントを現在やりたいと思ったとき、さかのぼって権利処理をしなければならないと思う。権利処理できないことがあったかとか、それがもとでイベントが実施できなくなってしまうような事例はあるか。また、契約書に抵抗感の強い日本では、契約書があるとクリエイターが委縮するのではないか。

大月氏：セゾンの例と同じような考え方で後日別のツールを作ったが、新しい著作物を作ったという考え方だったため、権利問題でさかのぼって実施がストップした経験はない。ま

た、契約書でお互いの約束事項を確認できるのはよいことである。契約内容を作る場合は、一方的に突きつけるのではなく、一緒に勉強しようという姿勢でやるのがよいかと思った。契約書作成のサイトの情報はぜひみなさんに紹介していきたい。

坂井氏：契約書文化は性悪説に基づくもので、大福帳をはじめとする性善説に立つ文化にある日本の寺社は、契約をいやがる人が多い。しかし、契約書文化が国際ルールなので、従わなければならない面がある。契約書に抵抗がある相手である場合や、ワークショップなど契約書を交わすチャンスがない場合でも、予め契約内容の原稿を作っておき、口頭で読み上げ、その原稿をそのまま相手に渡したり、証拠として読み上げている場面の映像を残したりすることも契約書の代わりになる。

過去にさかのぼっての著作物の権利処理は、当事者が見つからないこともあるため、非常にコストもかかり、時間的にも困難。過去にさかのぼるより、今後作る著作物には意思表示をする、という意識づけをしたい（庄中注：例えば「小川研究」ではミュージアムの学習プログラム内容のデータベースを作って公開している。このデータベースに学習プログラム情報を入力する際に、プログラムの用途等の意思表示をよう求めている）。

布谷氏：以前の契約作業は委託事業の一つとしていたが、ミュージアム自身も著作権の約束事を主体的に決めていくことが必要だと思う。

坂井氏：ミュージアム自身が、クリエイターの生活を守る必要があるというマスタープランをもち、それに沿って個別事業で契約書を作ることでその考えを浸透させていく必要があるのではないか。

黒岩氏：クリエイター、ワークショップデザイナーなどが独立起業したときに、以前所属していた組織との関係に悩む。また国内外の事例を勉強した上で提案した内容であれば、コンテンツがどこまでその人のオリジナルかもわからない。どこからどこまでがその人自身のオリジナリティかと主張していいのか。

坂井氏：この問題は難しい。文化庁の審議会でも議論になったように、「真似る」ということが、すべての創作の基本になっている。さらに、ある館では、（雇用関係にない）ワークショップサークルが力を持っていて、サークルが作ったワークシートについて館にお金を請求し、館と折り合いがつかなかったという事例もある。

館の仕事としてやれば、職務著作物となるので、館のものである。しかし元の著作物が館のものだったとして、館

外の人で自分のオリジナル性を加えた仕事をした人にも著作権が生じる。

「基盤S」の学習プログラムデータベースで収集した学習プログラムの記載が著作物であるか文化庁に問い合わせたところ、「学習プログラム・化学実験のプログラムそのものについては、著作権はない。しかし、それをどうやればよいかという創作性を加えたものであれば著作権が生じる」という回答を得た。

質問2：

我が館で自主活動ワークショップを行っているアーティストが木製の遊び道具を作った。それを知り合いの業者が作らせてくれと行って、facebookにアップしてどんどん一人歩きしてしまった。また、スポンサーにプレゼンしたら、それを自分以外の者にどんどん使わせていた。仕方なく後から契約をかわすこととしたが、アーティストにとってプライオリティは非常に大事である。プライオリティを主張するため、そのアーティストには論文化するようすすめているが、そのアドバイスは正しかったのか。

坂井氏：Facebookに載せた時点でアーティストは公衆送信権の侵害を受けているので、裁判では勝てる。低額訴訟であれば、裁判所は早く結論を出してくれる。日本での訴訟は個人の間関係に不利益も生じる可能性があるもので、文化庁のいうように、権利の管理は個人でするよりも団体でまとまってやる必要がある。

プライオリティ確保の点からして論文化するのは、(法的には)あまり意味がないが、それによって失う物はない。また著作物を文化庁に登録して著作者を明確にすることもできる。これらに関しては、私たちの業界でガイドラインをまとめていくことが大切である。

質問3：

私は展示会社に所属している。展示をつくる際にクライアントから、Wikipediaに載っている写真をパネルにしてほしい、と要望された。展示会社としてどのように対応することが好ましいか。

坂井氏：Wikipediaはクリエイティブ・コモンズを採用しているが、使いたい写真の権利状況を確認すべき。また写真の権利者には連絡をとって、使用料が必要な場合はクライアントに請求するのがよいだろう。

布谷氏：ネットにあがった写真は解像度が低くパネルには使えない。そういうケースでは、写真をとった人を探して使わせてもらったこともある。

坂井氏：一億総ユーザー・総クリエイターの時代なので、ミュージアムでなにか問題がおきたときに相談できる先となるような著作権部会を立ち上げたい。中立的な学会としてではなく、ミュージアム業界の利益を代表するステークホルダーとして権利を主張する部会を作るのがよいのではないか。

布谷氏：著作権はミュージアムがいろいろ問題を抱えている点であり、取り組んでいかなければならない課題ではないか。

研究部会開催報告

JMMAコレクション・マネジメント部会研究部会

村橋勝子 「なぜ企業は自らの歴史を語るのかー社史研究の魅力」

高橋 修 (東京女子大学)



村橋勝子氏講演風景

1 本会の実施について

本会当日は生憎の雨天であったが、会員はもとより会員外の方からの参加もあり、熱心な討議が展開された。興味深く示唆に富んだ講演、その後実施された会場参加者との質疑応答により、得るところの大きい会となった。以下、当日の様子をお伝えしたい。

○日時：2016年2月20日（土） 15:00～17:00

○場所：東京女子大学 24201教室

○参加者数：14名

○講演：村橋勝子 氏

（社史研究者・元経団連社会本部情報
メディアグループ長）

○開催趣旨：

社史とは企業が自社の歴史をまとめた刊行物のことです。日本では「社史王国」といえるほど、毎年、多くの社史が刊行されています。社史編纂にあたっては、その企業に蓄積された知的・文化資源の収集・整理等の膨大な作業を必要とし、多くの経営資源を費やさなければなりません。一体、営利を追求する筈の企業が何故、社史編纂という非営利事業に積極的に取り組むのでしょうか？

このことはそもそも「何故、博物館が作られ続けるのか？」という問いにも重なります。社会の知的・文化資源を集めて新しい価値を生み出す博物館は、まさに社史編纂と同じ在り様を示しているといえるでしょう。

そこで本会では、社史研究の第一人者である村橋勝子

氏をお招きして、社史研究の魅力を語っていただき、この問題に対して来場者の皆様と共に考えていく場と致します。

2 講演の内容

講演者の村橋氏は司書（ライブラリアン）として活躍しながら、社史研究に携わってこられた。コレクション・マネジメント部会としては異色の講演となるが、博物館と図書館は相互に密接な関係を有し、むしろ今後も積極的に交流の推進を図る必要があるだろう。

まず、講演の全体構成を当日の配布資料に基づき、次に紹介することとした。

1. 社史とは何か

- 1.1 社史の定義と要件、
- 1.2 社史の刊行状況、
- 1.3 社史の特色、
- 1.4 社史の資料的意義

2. 企業が社史を作る理由

- 2.1 社史刊行の目的、
- 2.2 社史刊行の要因

3. 社史は企業の歴史をどう伝えているのか

- 3.1 資料編の在り様から企業の個性を読み解く
 - 3.1.1 資料編の機能・目的、
 - 3.1.2 資料編が提供する情報
- 3.2 年表の在り様から企業の個性を読み解く

- 3.2.1 年表の機能・目的、
- 3.2.2 特定分野・特定テーマの年表の例

4. 多様な表現と多種刊行に挑む社史

4.1 ビジュアル社史

- 4.1.1 ビジュアル社史登場の背景、
- 4.1.2 ビジュアル社史の特長、
- 4.1.3 ビジュアル社史の利点、
- 4.1.4 ビジュアル社史の種類
 - ①写真中心の「写史」、
 - ②図解の豊富な社史、
 - ③漫画（コミック）社史、
 - ④イラスト社史、絵本社史

4.2 映像社史

- 4.2.1 映像社史の状況、
- 4.2.2 優れた映像社史の例

4.3 デジタル社史

- 4.3.1 デジタル社史登場の背景と利点、
- 4.3.2 デジタル社史の種類、
 - ①パッケージ系（CD-ROM、DVD）、
 - ②ネットワーク系（Web版）
- 4.3.3 利用者側から見たデジタル社史の問題点

5. 社史研究の魅力

- 5.1 企業家たちの熱いドラマ、
- 5.2 読み物として楽しむ、
- 5.3 企業経営、地域活性化のケーススタディの宝庫、
- 5.4 会社を発見、
- 5.5 さまざまなトリビア

一見してお分りのとおり、講演の内容は豊富で多岐にわたることにより、筆者なりの視点から興味深いと思われた点に絞って列記することで、内容紹介の責を塞ぐこととしたい。

まず、村橋氏が捉える社史の定義・要件とは、①社史を提供する主体が「企業（会社）」であること、②会社の内部資料（アーカイブ）に基づいて、自らの歴史を語っていること、③その企業自らの責任において提供していることとの3点である。

本定義を前提とすると、日本の社史刊行の始まりは1900年代初頭（明治30年代）で、現在まで累計6,000社以上から15,000点以上の点数が刊行されている。大企業はもとより中小企業からも盛んに刊行され、年間刊行点数は200点。世界的にも日本は「社史王国」といえる程、独自の文化を築き上げていることになる。

では、何故それだけ日本企業は社史編纂に力を入れるのであろうか。村橋氏によれば、社史刊行の目的として社史的には教育が挙げられる。社員教育の一環として社史が認識され、企業文化を伝え、従業員同士の一体感を強めることに意義を見出しているという。経営者側にとっても社史は教科書の役割を果たし、重要な政策・意志決定に

際し、価値判断の拠り所として用いられている。「歴史を学ぶ」ではなく「歴史に学ぶ」ための手段として重要視されているのである。一方、対外的には、単なるPR・広報にとどまらず、会社のイメージアップ、一般社会との関係を広げ、自社に対する信頼と期待を深めるのが目的である。

社史編纂・刊行欲求が盛んな背景として、日本では企業の横並び意識や業界における集団思考が強いことが挙げられる。同業他社を意識し、他社よりも良いものを作ろうとする意欲と競争原理が働き、刊行がますます活発化したのではなかろうか。

また、欧米の企業は短期主義で社史編纂という長期的視点に立った事業が実施しにくいこと、従業員の採用は職種により、職能分野が確立しているのに対し、日本企業は長期主義で、従業員は異動によって様々な仕事をし、業務領域に柔軟性があることも社史刊行が活発な要因となっている。こうした条件により、日本は「社史王国」たり得たと考えられるのである。

近年、企業では特に若者達向けに自社文化を伝えようとする欲求が強く、それに対応して、親しみ易さを追求したビジュアル社史が編纂されるようになったという。写真・図版・イラストを中心としたものや漫画（コミック）化した社史、媒体も従来の書籍に加えて映像化・デジタル化したもの等、多種多様化し、それぞれ具体的事例を挙げていただいた。

以上のとおり、村橋氏の講演は単に社史そのものの研究という枠を越え、社史を介して企業文化論、ひいては日本社会論を展開していることがお分かりいただけるであろう。また、様々な社史という論点に引き付けるなら、ビジュアル社史という分野に「展示」という項目を加えれば、そのまま現在の企業ミュージアム・博物館論につながるものがたちどころに了解されよう。社史という視点をとおして日本の博物館（特に企業博物館）が有する現代的課題に切り込むことが可能であることを社史研究は示しているのである。

3 会場との議論

講演終了後に質疑応答の時間を設け、次のとおり議論が展開された。

まず、社史とは一般的に経営者側が発意をして自らの会社の歴史を内外に伝えるために作成されるものと思われるが、一方で、従業員にとって、社史はどのように捉えられているのか、という問いが会場から出された。いわば従業員と社史との関係性の問題である。

この問いに対して村橋氏は、社史に従業員全員の名前や顔写真が掲載されたことにより、従業員同士で一体感が醸成された事例、従業員側が発意して社史編纂がなされた事例、退職したOB達自身が会社で活動していた当時の歴史を後世に残すために自発的に社史編纂をした事例等を挙げ、従業員側にとっても社史は大切なものと認識されている、と答えた。

次に、不祥事など会社にとって恥部とされる事項は社史に掲載されるのか、関連して、特許に関わる技術など機密事項に属する情報の社史での取り扱いについて質問がなされた。

本件に対しては、企業によって対応は区々である旨、回答がなされた。一般的に不祥事の類については、関係者が存命中の間はなかなか掲載がなされないことが多いが、反面、公害問題を起こした企業がその歴史を社史で採り上げている事例も存在する、とした。企業が持つ技術情報についても、公開可能なものと不可能なものがあり、社史編纂をした企業の判断に委ねられるとのことであった。

社史文化の国際比較という問いに対しては、日本と外国では大いに異なるとの回答がなされた。社史の基本的要件という視点からすると、日本の社史はその企業自身の発意によって作成されるのに対し、アメリカの社史は外部の経営学者による研究成果的な性格が強く、両者は似て非なるものである。刊行点数という視点からでも、年間刊行点数200点という日本の刊行実績は諸外国と比較しても突出している。韓国の社史の在り様は日本に近いが、恐らく日本を参考としているのではないか。欧米では強いて挙げればドイツが日本に近い。ドイツでは企業博物館も多く、自社の歴史を伝えようとする傾向が強いものの、社史文化が日本ほど定着しているとは思われない。

ただ、近年の動向として、アメリカでは日本の社史に対して関心が寄せられ、積極的に社史の収集・研究がなされているという。問題関心としては、その社史を発刊した企業の歴史そのものよりも、当該企業に関連した分野史・社会史の研究素材として、いわば日本文化・社会研究のキーストーンとして用いられている、とのことであった。

最後に会場から、現在でも成長著しい企業が台頭し続けているが、今後、こうした新しい企業は社史編纂を手掛けるのか、いわば「社史の未来」について質問がなされた。

村橋氏は、企業創業者の思いは様々であり、中には社史を発刊しない企業もあり得る、とした。ただ、社史はその企業文化を社員に体现させるために、帝王学の一環として社史編纂を命じることもあり、序文には企業トップの顔写真と企業の設立理念が銘記されることから、今後にあっても日本の社史文化が途絶えることはないであろう、とした。

また、景気の好・不況に左右されず、社史が毎年、一定程度刊行され続けているのは、日本では長寿企業が増えてきていること、社史編纂は毎年なされるわけではなく、一般的には周年事業として行われていること等がその理由として挙げられる、との説明がなされた。

さらに、これまで、日本では社史の面白さが十分には理解されていなかった。それが、近年では利用者側にも変化が見られ、テレビのバラエティ番組でも扱われるようになり、一般への知名度も上がりつつある。これを機会に社史の魅力を知って欲しい、と付言がなされて、本会は終了した。

以上、一読してお分かりのとおり、社史と企業ミュージアムとは非常に近い関係にあるということである。両者は「企業文化を伝えたい」という出発点・目的は同一である。その実現のために社史は企業に残されたアーカイブ・コレクションを基にストーリーを構築し、その結果を書籍という手段で発表するのに対し、企業ミュージアムはそれらを展示という手段で一般公開するという形をとる。両者の間には表現・発表媒体の相違があるに過ぎず、兄弟の関係と称し得る程、その関係性は深いと捉えられるであろう。

近年、博物館・図書館・文書館同士で密接な協働関係を構築する「MLA連携」が盛んに議論されるようになり、現在ではそれに大学・産業界を加えた「MALUI連携」という概念さえ提唱されている。こうした状況を踏まえ、今後の本部会も博物館界だけでなく他分野との積極的な議論・意見交換が求められる。今回はそのための第一歩として図書館・ライブラリアンの立場から、社史という切り口により研究会を開催した。本会によって、社史と企業ミュージアムとは視点・立脚点は異なるものの、その目指すところ、現段階における到達点と課題は極めて近いという発見があった。本会での成果を契機に、新しい角度から日本の博物館界を捉えかえしていただけたら、幸甚である。

JMMA第21回大会

多様化する社会とミュージアム 一人々とともにつくるミュージアムの文化的価値—

- ◆日程:平成28年6月17日(金)～6月19日(日)
 ◆会場:北海道大学(文系棟)
 ◆共催:北海道大学総合博物館

- ◆後援:北海道博物館協会
 ◆協力:北海道博物館、
 (一財)北海道歴史文化財団、
 (一財)アイヌ民族博物館(申請中)

◆プログラム:

【第1日目】6月17日(金)

- 11:00～ エクスカーション 《事前申込制・定員40名》
 11:00 札幌駅集合 北海道博物館、アイヌ民族博物館の博物館見学
 18:00 札幌駅解散

【第2日目】6月18日(土)

- 13:00～13:40 総会
 13:40～14:00 開会式(挨拶、趣旨説明、来賓祝辞)
 国立のアイヌ文化博物館(仮称)について
 14:00～14:20 学会賞授与式
 14:30～15:30 特別講演「多様化する社会とミュージアムの価値」(仮)石森秀三氏(北海道博物館長)
 15:30～17:30 シンポジウム(指定討論)
 「多様化する社会とミュージアム—一人々とともにつくるミュージアムの文化的価値—」
 パネリスト(交渉中)
 18:00～19:30 情報交換会(北海道大学内)

【第3日目】6月19日(日)

- 09:30～12:00 会員研究発表(午前の部)
 13:00～15:00 会員研究発表(午後の部)
 15:00 閉会

◆各参加費:(開催日の1ヶ月前(5月17日(火))までの入金を早割とします)

- 会員:2,000円(学生・法人会員も含む)(早割1,000)
 非会員:一般3,000円(早割2,000),学生2,000円(早割1,000)※当日入会者は会員扱いとする
 懇親会費:一般4,000円(早割3,000),学生3,000円(早割2,000)
 エクスカーション費(予定):4,000円(早割3,500)入館料・昼食代込です

◆申込:日本ミュージアム・マネージメント学会事務局まで

詳細、申込用紙のダウンロードは、JMMAホームページよりお願いします <http://www.jmma-net.org/>

INFORMATION

文献寄贈のお知らせ

- 椋山女学園大学 『Bulletin of Sugiyama Museology No.21』
- 日本学術振興会科学研究費助成事業研究成果報告書 『日本の博物館総合調査研究 平成27年度報告書』

日本ミュージアム・
マネージメント学会
法人会員一覧

(2016年3月末現在)

株式会社 アートプリントジャパン
 アクティオ 株式会社
 公益財団法人 阿蘇火山博物館 久木文化財団
 株式会社 江ノ島マリンコーポレーション
 カロラータ 株式会社
 公益財団法人 交通文化振興財団
 佐賀県立宇宙科学館
 サントリーパブリシティサービス 株式会社
 公益財団法人 竹中大工道具館
 公益財団法人 多摩市文化振興財団
 株式会社 丹青研究所
 株式会社 丹青社
 公益財団法人 つくば科学万博記念財団

東京家政学院大学
 東京家政大学 人文学部 教育福祉学科
 株式会社トータルメディア開発研究所
 内藤記念くすり博物館
 長崎歴史文化博物館
 株式会社 西尾製作所
 株式会社 乃村工藝社
 三菱重工業 株式会社
 ミュージアムパーク茨城県自然博物館
 UCCコーヒー博物館
 早稲田システム開発 株式会社
 (五十音順・敬称略)
 学会活動に協賛していただいております

JMMA会報 No.77 (Vol.20 no.4)

発行日 2016年3月31日

事務局 〒136-0082 東京都江東区新木場2-2-1 TEL/FAX 03-3521-2932

編集者 齊藤恵理、吉岡 伸、津久井真美

HP: <http://www.jmma-net.org/> e-mail: kanri@jmma-net.org

印刷制作 光画印刷株式会社